

# 月刊あずかりくん 2024年1月号

その課題、クラウドで  
「掘り下げて」みませんか



# 1年の計は、元旦にあり！

2024年をより良い年にするために、何をすべきか。  
まずは12か月集計で、昨年度を振り返ってみました。

年月	達成率	人件費率	平均単価	その他経費
2023年			428	...
2023年			432	...
2023年			443	...
2023年4月	...	...	442	...

うーん・・・  
思ったほど単価が  
上がらなかったんだよな。

物価高に揺れた2023年、**単価アップ**を目標にして  
特殊加工のキャンペーンなど企画しましたが  
思うような効果が出ませんでした。

➤ **次は、セールを振り返ってみます**



# 「セール」の実績を深掘り

その後のリピーターの獲得につなげることを目標にした加工お試しセールでしたが、集計結果は少し厳しいものでした。

店舗	利用人数	点数	値引金額
会員割引	...	...	...
加工お試しセール	195	214	42,800
誕生日割引	...	...	...
春のDM	...	...	...
秋のDM	...	...	...

目標には届いていないね。



加工は、単価アップだけでなく家庭洗濯や他店との違いをはっきりお見せできることなどからたくさんの方にご利用いただきたい戦略アイテムのひとつ。

➤ **今度は、加工を掘り下げます**

# 「加工」の実績を深掘り

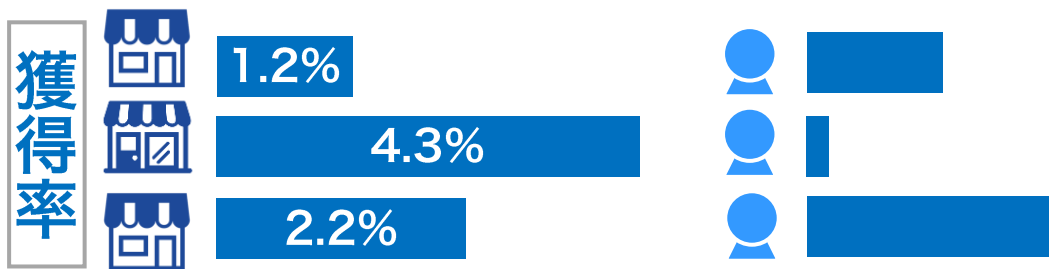
加工おためしキャンペーンの対象は、折り目加工でした。  
折り目加工が、どのアイテムに付けられていたかをチェックしてみました。

加工	商品名	加工点数	商品点数	割合
折り目加工	スラックス	...	...	5.4 %
折り目加工	スカート	...	...	1.8 %



男性へのアピールはますますですが  
女性ものが少し物足りない。

続いて、加工全体の獲得状況について掘り下げました。  
店舗間、個人間での獲得率の差が、思ったよりも大きかったようです。



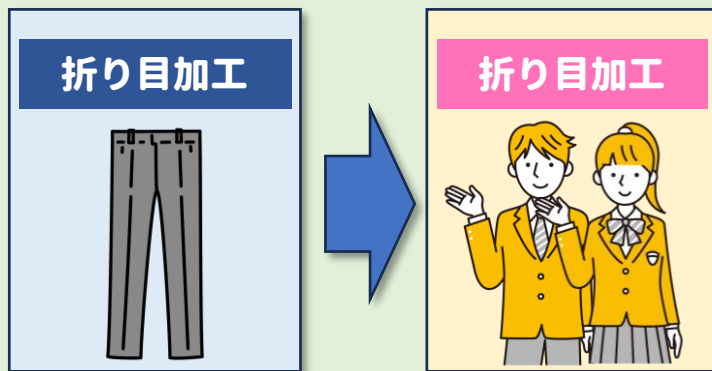
➤ 手を打つべきポイントが、見えてきました。

# 見えた課題に、さっそく手当て

手当てのポイントが見えました。さっそくテコ入れしましょう。  
販促物の工夫や、あずかりくんとクラウドで接客のフォローを行います！

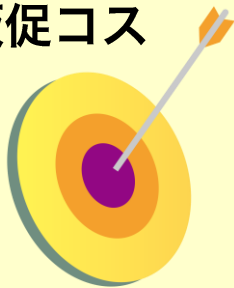
## ターゲットが見えたから

男性向けだった販促物を、女性にもアピールできるように再検討。あわせて、学生服の折り目も狙えるデザインに。ポスターと、お客様向けディスプレイでアピール！



女性ものや学生服を出したお客様を抽出。アプローチ先を限定することで、販促コストを最適化できます！

## 顧客も絞り込み



獲得率の高い店員さんのトークを、あずかりくんに設定！新人さんでも店長クラスの接客トークを目指せます。



接客トークを  
標準化